

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 *Review* Penelitian Sejenis

Untuk mempermudah penelitian ini, penulis telah melakukan riset dan *review* agar mempermudah jalannya penelitian. Penulis telah mengambil beberapa penelitian terdahulu untuk menjadi bahan referensi. Berikut beberapa *review* penelitian terdahulu:

1. Vanya azzahra (2024), Keterbukaan Diri Pengguna Dating Apss ‘Bumble’ Sebagai Media Untuk Mencari Teman Kencan Online di Kalangan Mahasiswa Kota Medan, Skripsi, Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan keterbukaan diri penggunaan *dating apps* ‘Bumble’ sebagai media untuk mencari teman kencan online di kalangan mahasiswa Kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data penelitian ini diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Bumble di kalangan mahasiswa Kota Medan mencerminkan tingkat keterbukaan diri yang bervariasi dalam komunikasi online, secara keseluruhan, keterbukaan diri pengguna aplikasi Bumble sebagai media untuk mencari teman kencan online di kalangan mahasiswa Kota Medan mencerminkan kombinasi antara hiburan, pencarian hubungan, dan interaksi

yang semakin intim seiring berjalannya waktu. Namun, penggunaan ‘Bumble’ juga memiliki risiko seperti terjadinya *ghosting* hingga penipuan. Oleh karena itu diperlukan kesadaran dan kewaspadaan dalam berkomunikasi melalui aplikasi kencan *online*.

2. Gita Ayu Lestari (2020), Memahami Komunikasi *Romantic Relationship* dalam Pengguna Kencan Online Aplikasi Line, Skripsi, Ilmu Komunikasi Universitas Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara memahami komunikasi dalam penggunaan aplikasi kencan online melalui line. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pencarian data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mencapai keabsahan data dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi *people nearby* atau kencan online ini yaitu dapat memudahkan seseorang untuk mendapatkan pasangan, serta mengutamakan kejujuran dalam menggunakan aplikasi kencan online ini menjadi identitas yang harus dimiliki oleh setiap orang yang mencari pasangan terutama secara online. Menggunakan aplikasi kencan online juga menghemat waktu.
3. Viranika Tria Anggraini (2024), Analisis Pengguna Line *Nearby* Dalam Membangun Pertemanan Di Kalangan Gen Z, Skripsi, Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pertemanan Gen Z yang menggunakan line *nearby* dan menjelaskan komunikasi interpersonal Gen Z. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gen Z dapat dengan mudah menemukan dan membangun pertemanan baru di lingkungan

mereka, memperluas jaringan sosial, dan berpartisipasi dalam komunitas lokal yang relevan dengan minat mereka dengan cara mengaktifkan fitur tersebut maka akan banyak pertemanan yang dapat diundang, Hal ini merupakan awal mula pertemanan dibangun.

4. Muhammad Fadhil Mubarak (2025), Keterbukaan Diri Pengguna Aplikasi Line dalam Menjalin Hubungan Pertemanan, Skripsi, Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pengguna aplikasi line *nearby* menunjukkan keterbukaan diri (*self-disclosure*) dalam menjalin hubungan interpersonal, serta mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambatnya. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dan metode fenomenologi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterbukaan diri terjadi secara bertahap, dimulai dari pertukaran informasi dasar (nama, lokasi, dan hobi) hingga pengungkapan aspek emosional dan pribadi setelah beralih ke platform lebih privat seperti whatsapp atau instagram. Faktor pendorong meliputi kebutuhan afiliasi, kesepian, dan harapan menjalin hubungan, sementara hambatan utama berupa ketidakjujuran lawan bicara, kekhawatiran akan privasi, dan risiko penyalahgunaan data.
5. Nur Ersya Ananda (2024), Analisis Pola Pengembangan Hubungan Dalam Aplikasi Kencan Online, Skripsi, Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola pengembangan hubungan dan hambatan dalam aplikasi kencan *online* melalui komunikasi interpersonal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi

antarpribadi para pengguna aplikasi kencan online dalam mengembangkan hubungan antarpribadi melalui empat tahap yaitu tahap orientasi berisi perkenalan, tahap pertukaran peninjauan afektif pembahasan mulai berkembang, tahap pertukaran afektif melakukan pertemuan langsung, dan tahap pertukaran stabil melanjutkan hubungan ke jenjang pacarana atau pernikahan.

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis

No	Nama	Judul	Metode	Persamaan	Perbedaan
1.	Vanya Azzahra (2024), Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.	Keterbukaan Diri Pengguna Dating Apps ‘Bumble’ Sebagai Media Untuk Mencari Teman Kencan Online di Kalangan Mahasiswa Kota Medan.	Kualitatif	Sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Objek yang akan diteliti berbeda.
2.	Gita Ayu Lestari (2020), Ilmu	Memahami Komunikasi <i>Romantic</i>	Kualitatif	Objek yang diteliti sama-	Teori pada penelitian.

	Komunikasi Universitas Semarang.	<i>Relationship</i> dalam Pengguna Kencan Online Aplikasi Line.		sama aplikasi line.	
3.	Viranika Tri Anggraini (2024), Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.	Analisis Pengguna Line <i>Nearby</i> Dalam Membangun Pertemanan Di Kalangan Gen Z	Kualitatif	Menggunakan metode penelitian yang sama, dan sama-sama menganalisis aplikasi line <i>nearby</i> .	Subjek yang diteliti berbeda.
4.	Muhammad Fadhil Mubarak (2025), Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.	Keterbukaan Diri Pengguna Aplikasi Line dalam Menjalinkan Hubungan Pertemanan.	Kualitatif	Objek dan metode penelitian.	Subjek yang akan diteliti.
5.	Nur Ersya Ananda	Analisis Pola Pengembangan	Kualitatif	Sama-sama menggunakan	Objek yang akan diteliti

(2025), Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Makassar.	Hubungan dalam Aplikasi Kencan Online.		metode kualitatif.	dan teori yang digunakan.
--	--	--	--------------------	---------------------------

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Komunikasi

2.1.2.1.1 Definsi Komunikasi

Komunikasi merupakan aspek fundamental dalam kehidupan manusia yang telah menjadi objek kajian berbagai disiplin ilmu, mulai dari ilmu komunikasi, psikologi, sosiologi, hingga ilmu politik. Keberadaan komunikasi tidak dapat dipisahkan dari aktivitas manusia, karena hampir seluruh interaksi sosial melibatkan proses penyampaian dan penerimaan pesan. Oleh karena itu, para ahli telah mengemukakan berbagai definisi komunikasi dari sudut pandang yang berbeda, yang pada dasarnya saling melengkapi dalam menjelaskan kompleksitas proses komunikasi itu sendiri.

Menurut Harold Lasswell (1948), komunikasi dapat dipahami melalui rumusan klasiknya, yaitu “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” (Siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa). Model ini menekankan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang melibatkan beberapa unsur utama, yaitu komunikator (pengirim pesan), pesan, saluran atau

media, komunikan (penerima pesan), serta efek atau *feedback* yang dihasilkan. Pendekatan Lasswell ini memberikan kerangka dasar yang sistematis dalam memahami bagaimana proses komunikasi berlangsung, serta bagaimana setiap unsur memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan komunikasi. Selain itu, model ini juga menekankan pentingnya efek sebagai tujuan akhir dari komunikasi, sehingga komunikasi tidak hanya dilihat sebagai proses penyampaian pesan, tetapi juga sebagai upaya untuk menghasilkan perubahan tertentu pada penerima.

Carl I. Hovland dalam Mulyana mendefinisikan komunikasi sebagai proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan, biasanya berupa lambang-lambang verbal, untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan). Definisi ini lebih menekankan pada aspek psikologis dari komunikasi, khususnya bagaimana pesan yang disampaikan dapat memengaruhi sikap dan perilaku individu. Dalam perspektif ini, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat untuk memengaruhi, membujuk, atau bahkan mengarahkan tindakan seseorang. Dengan demikian, keberhasilan komunikasi dapat diukur dari sejauh mana pesan yang disampaikan mampu menghasilkan perubahan yang diinginkan pada diri komunikan.

Sedangkan Bernard Berelson dan Gary A. Steiner dalam Riswandi ernard Berelson dan Gary A. Steiner dalam Riswandi memberikan definisi yang lebih luas dan komprehensif. Mereka menyatakan bahwa komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan

simbol-simbol, kata-kata, gambar, grafik, dan bentuk lainnya. Definisi ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya terbatas pada penyampaian pesan verbal, tetapi juga mencakup berbagai bentuk simbolik yang digunakan untuk menyampaikan makna. Dengan kata lain, komunikasi merupakan proses yang kompleks yang melibatkan berbagai jenis pesan serta berbagai cara penyampaiannya.

Berelson dan Steiner juga menekankan bahwa komunikasi tidak hanya berkaitan dengan isi pesan, tetapi juga dengan proses transmisi itu sendiri. Proses ini mencakup bagaimana pesan dikodekan oleh komunikator, disampaikan melalui saluran tertentu, kemudian diterima dan diinterpretasikan oleh komunikan. Dalam proses tersebut, terdapat kemungkinan terjadinya gangguan atau *noise* yang dapat memengaruhi kejelasan pesan, sehingga komunikasi tidak selalu berjalan secara sempurna. Oleh karena itu, komunikasi juga melibatkan proses penafsiran makna yang dapat berbeda-beda tergantung pada latar belakang, pengalaman, serta persepsi individu.

2.1.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam proses komunikasi, terdapat beberapa unsur yang saling berkaitan dan mendukung terjadinya proses komunikasi yang efektif. David K. Berlo (1960) dalam bukunya "*The Process of Communication*" mengembangkan model SMCR (*Source, Message, Channel, Receiver*) yang kemudian diperluas oleh para ahli komunikasi lainnya. Unsur-unsur komunikasi tersebut meliputi:

1. Komunikator (*Source/Sender*) merupakan Individu atau lembaga yang menyampaikan pesan yang memiliki kredibilitas dan kompetensi dalam bidangnya serta bertanggung jawab atas pesan yang disampaikan.
2. Pesan (*Message*) merupakan konten atau informasi yang disampaikan dapat berbentuk verbal maupun non-verbal harus jelas, relevan, dan sesuai dengan konteks.
3. Media atau saluran komunikasi merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima. Saluran ini bisa berupa media langsung, seperti percakapan tatap muka, atau media tidak langsung, seperti email dan media sosial. Pemilihan jenis media yang tepat sangat penting karena dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi, memastikan bahwa pesan diterima dengan jelas dan dipahami oleh audiens yang dituju.
4. Komunikan (*Receiver*) merupakan Penerima pesan yang dapat berupa individu atau kelompok yang memiliki kemampuan untuk menafsirkan pesan.
5. Efek (*Effect*) yaitu dampak yang ditimbulkan dari proses komunikasi dapat berupa perubahan kognitif, afektif, atau behavioral yang kemudian menjadi indikator keberhasilan komunikasi.
6. Umpan Balik (*Feedback*) yaitu respon dari komunikan terhadap pesan yang diterima. *Feedback* dapat berupa verbal maupun non-verbal. *Feedback* juga penting untuk evaluasi efektivitas komunikasi.
7. Lingkungan (*Environment*) merupakan konteks di mana komunikasi terjadi, meliputi aspek fisik, sosial, dan psikologis yang mempengaruhi interpretasi dan penerimaan pesan.

2.1.2.1.3 Fungsi Komunikasi

Menurut Harold D. Lasswell dalam Effendy, komunikasi tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian pesan semata, tetapi juga memiliki berbagai fungsi sosial yang penting dalam kehidupan individu maupun masyarakat yaitu:

1. Fungsi Informasi, yaitu berkaitan dengan proses pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, hingga penyebaran informasi kepada individu maupun kelompok. Melalui komunikasi, seseorang dapat memperoleh pengetahuan mengenai lingkungan sekitarnya, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Informasi yang diterima kemudian menjadi dasar dalam pengambilan keputusan, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam konteks yang lebih luas. Dalam era digital, fungsi informasi semakin berkembang karena kemudahan akses terhadap berbagai sumber informasi yang dapat diperoleh secara cepat dan luas.
2. Fungsi Pendidikan, yaitu berperan dalam mentransmisikan pengetahuan, nilai-nilai, serta norma yang berlaku dalam masyarakat. Melalui komunikasi, individu dapat belajar mengenai berbagai hal, mulai dari aspek kognitif hingga pembentukan karakter. Fungsi ini tidak hanya terjadi dalam lingkungan formal seperti sekolah, namun juga dalam interaksi sehari-hari, termasuk dalam keluarga, pertemanan, dan media sosial.
3. Fungsi Instruksi, dalam fungsi ini komunikasi digunakan untuk memberikan arahan, pedoman, serta koordinasi dalam suatu aktivitas. Fungsi instruksi sangat penting dalam organisasi maupun kelompok sosial, karena membantu dalam mengatur peran, tugas, serta tanggung jawab masing-masing individu. Melalui komunikasi yang efektif, suatu kelompok dapat bekerja secara terstruktur dan

mencapai tujuan bersama. Tanpa adanya komunikasi yang baik, proses koordinasi akan menjadi sulit dan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman.

4. Fungsi Persuasi, berfungsi sebagai pembentukan sikap dan opini serta bisa menjadi motivasi untuk perubahan perilaku. Fungsi ini juga berpengaruh sosial dan budaya. Fungsi persuasi banyak ditemukan dalam berbagai konteks, seperti iklan, kampanye, maupun interaksi interpersonal. Melalui komunikasi yang persuasif, individu dapat memotivasi orang lain untuk berubah atau mengambil keputusan tertentu, sehingga memiliki dampak sosial dan budaya yang cukup signifikan.

5. Fungsi Hiburan, Komunikasi juga berperan dalam memberikan kesenangan, relaksasi, serta sebagai bentuk pengalihan dari rutinitas dan stres. Fungsi ini dapat ditemukan dalam berbagai bentuk media, seperti film, musik, atau percakapan santai antar individu. Selain itu, hiburan juga dapat menjadi sarana untuk mempererat hubungan sosial, karena interaksi yang menyenangkan dapat menciptakan kedekatan emosional antara individu.

2.1.2.2 Komunikasi Interpersonal

2.1.2.2.1 Definisi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan suatu bentuk komunikasi yang paling mendasar dalam kehidupan manusia, melalui komunikasi inilah individu dapat menjalin hubungan sosial, mengekspresikan pikiran dan perasaannya kepada orang lain. Komunikasi interpersonal dapat terjadi secara langsung antara dua orang atau lebih, baik secara tatap muka atau melalui media yang memungkinkan terjadinya pertukaran pesan secara cepat dan adanya umpan balik (*feedback*) secara langsung.

Dalam konteks komunikasi interpersonal, hubungan yang terjalin bersifat timbal balik dan saling mempengaruhi. Oleh karena itu, komunikasi interpersonal sering disebut sebagai komunikasi dua arah (*two-way communication*), di mana makna pesan dibangun bersama melalui interaksi yang berlangsung secara terus-menerus.

Joseph A. DeVito (2013), mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau di antara kelompok kecil dengan beberapa efek dan peluang umpan balik yang terjadi secara langsung. Joseph A. DeVito menegaskan bahwa komunikasi interpersonal bukan hanya sekadar pertukaran informasi, namun juga bertujuan untuk membangun hubungan yang bermakna dan menciptakan pengaruh sosial antarindividu.

Sedangkan Mulyana (2018), memberikan definisi komunikasi interpersonal sebagai komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, yang memungkinkan setiap audiens menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik melalui bahasa verbal maupun nonverbal. Ia menekankan bahwa komunikasi interpersonal memiliki kedekatan emosional dan tingkat keterlibatan pribadi yang tinggi dibandingkan bentuk komunikasi lainnya.

2.1.2.2.2 Jenis-Jenis Komunikasi Interpersonal

Menurut Joseph A. DeVito (2013), komunikasi interpersonal memiliki beberapa jenis yaitu:

1. Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*)

Komunikasi diadik merupakan bentuk komunikasi interpersonal yang paling mendasar, yang terjadi antara dua orang individu. Dalam komunikasi ini,

terjadi pertukaran pesan secara langsung, baik secara tatap muka maupun melalui media komunikasi seperti telepon atau pesan elektronik.

Komunikasi diadik bersifat personal dan memungkinkan adanya umpan balik (*feedback*) secara cepat, sehingga tercipta suasana yang akrab dan interaktif.

2. Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*)

Komunikasi kelompok kecil merupakan komunikasi yang melibatkan tiga orang atau lebih yang saling berinteraksi dengan tujuan tertentu. Walaupun melibatkan lebih dari dua individu, komunikasi kelompok kecil tetap termasuk dalam kategori komunikasi interpersonal karena setiap anggota.

3. Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi publik merupakan terjadi ketika seorang pembicara (komunikator) berbicara di hadapan audiens dalam jumlah besar. Walaupun tampak satu arah, komunikasi publik tetap dapat mengandung unsur interpersonal apabila terjadi kontak langsung antara pembicara dan pendengar, misalnya melalui tanya jawab, ekspresi nonverbal, atau interaksi langsung.

4. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang dapat melibatkan unsur interpersonal apabila pesan yang disampaikan melalui media (seperti radio, televisi atau internet) menimbulkan tanggapan personal dari khalayak. Meskipun komunikasi massa bersifat satu arah dan menjangkau banyak orang, efeknya dapat dirasakan secara individual oleh penerima pesan.

5. Komunikasi Terapeutik (*Therapeutic Communication*)

Komunikasi terapeutik merupakan komunikasi yang digunakan untuk mendukung, membantu serta memahami individu lain dalam konteks emosional atau psikologis. Komunikasi ini biasanya dilakukan oleh konselor, perawat, atau terapis dengan kliennya untuk menciptakan rasa percaya, empati, dan dukungan emosional.

2.1.2.2.3 Fungsi Komunikasi Interpersonal

Menurut Deddy Mulyana (2018), komunikasi interpersonal memiliki beberapa fungsi yaitu:

1. Mengembangkan dan Memelihara Hubungan (*Relational Function*), komunikasi interpersonal membantu individu membangun kedekatan, saling percaya, dan hubungan emosional yang positif dengan orang lain.
2. Mengatur Perilaku (*Regulatory Function*), komunikasi interpersonal seseorang dapat memengaruhi atau mengontrol perilaku orang lain sesuai norma sosial yang berlaku.
3. Mengungkapkan Diri (*Expressive Function*), komunikasi interpersonal memungkinkan individu mengekspresikan perasaan, pikiran, serta emosi secara terbuka.
4. Memberikan Dukungan (*Supportive Function*), komunikasi interpersonal digunakan untuk memberikan bantuan, pengertian, dan empati kepada orang lain dalam situasi tertentu.

2.1.2.3 Emosional

2.1.2.3.1 Definisi Emosional

Emosional berasal dari kata emosi yang memiliki arti sebagai perasaan atau keadaan jiwa yang muncul sebagai reaksi terhadap suatu peristiwa, situasi, atau rangsangan tertentu. Emosional juga berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengekspresikan, merasakan serta mengendalikan emosi yang muncul dalam diri. Emosional bukan hanya mencerminkan perasaan seperti marah, sedih, bahagia, atau takut, tetapi juga dapat menggambarkan bagaimana seseorang merespons keadaan internal dan eksternal dengan cara yang berbeda-beda.

Aspek emosional juga berkaitan erat dengan kemampuan seseorang dalam mengelola dirinya ketika menghadapi tekanan atau situasi tertentu. Kemampuan ini sering disebut juga sebagai regulasi emosi, yaitu bagaimana individu dapat mengontrol reaksi emosinya agar tetap sesuai dengan norma sosial dan tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain. Dengan kata lain, emosional tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga melibatkan proses kognitif dalam menilai dan merespons suatu rangsangan.

Bimo Walgito (2004) mengemukakan bahwa emosional merupakan keadaan kejiwaan yang bersifat subjektif dan muncul sebagai respons terhadap rangsangan yang diterima individu, baik dari dalam maupun dari luar dirinya. Pernyataan ini menunjukkan bahwa emosi sangat dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap suatu peristiwa. Dua orang yang menghadapi situasi yang sama dapat menunjukkan reaksi emosional yang berbeda, tergantung dari pengalaman,

latar belakang, serta kondisi psikologis masing-masing. Hal ini menegaskan bahwa emosional memiliki dimensi personal yang kuat.

Emosional juga berperan penting dalam proses interaksi sosial, seseorang yang mengekspresikan emosinya dapat memengaruhi kualitas hubungan dengan orang lain. Individu yang mampu mengelola emosinya dengan baik cenderung lebih mudah membangun hubungan interpersonal yang sehat dan harmonis. Sebaliknya, individu yang kesulitan mengontrol emosinya dapat mengalami konflik atau kesalahpahaman dalam berkomunikasi.

Emosional juga dapat dipahami sebagai suatu proses kompleks yang melibatkan perasaan, pikiran, serta perilaku individu dalam merespons berbagai sesuatu. Emosional tidak hanya menggambarkan apa yang dirasakan seseorang, tetapi juga bagaimana perasaan tersebut diolah dan diekspresikan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Oleh karena itu, pemahaman terhadap aspek emosional menjadi salah satu hal penting, terutama dalam konteks pengembangan diri dan hubungan sosial, agar individu dapat mencapai keseimbangan psikologis yang lebih baik.

2.1.2.3.2 Jenis-Jenis Emosional

Menurut Paul Ekman (1982), emosi manusia terdiri dari beberapa jenis dasar yang bersifat universal dan dapat dialami oleh setiap individu dalam berbagai konteks kehidupan. Salah satu emosi yang paling umum adalah sebagai berikut:

1. Kebahagiaan (*Happiness*)

Kebahagiaan merupakan emosi paling positif yang kita semua pernah alami.

Kebahagiaan berkaitan dengan kepuasan, dan kegembiraan. Selain itu,

kebahagiaan memiliki hubungan erat dengan kesejahteraan psikologis, kesehatan, dan umur panjang kita. Bentuk emosi positif yang berkaitan dengan perasaan senang, puas, dan penuh kegembiraan. Kebahagiaan tidak hanya mencerminkan kondisi emosional sesaat, namun juga berhubungan erat dengan kesejahteraan psikologis seseorang, termasuk kesehatan mental, kualitas hidup, bahkan harapan hidup yang lebih panjang.

2. Kesedihan (*Sadness*)

Kesedihan juga dapat ditandai dengan perasaan kehilangan, kekecewaan, dan keputusasaan. Kesedihan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, karena setiap individu pada suatu waktu akan mengalami situasi yang memicu perasaan tersebut, sehingga kebahagiaan dan kesedihan seringkali hadir silih berganti dalam pengalaman emosional seseorang.

3. Ketakutan (*Fear*)

Ketakutan merupakan emosi kuat yang berkaitan erat dengan kelangsungan hidup kita dari sudut pandang evolusi. Ketakutan juga dapat dikaitkan dengan respons melawan atau lari karena ketakutan dapat mengindikasikan adanya ancaman. Ketakutan (*fear*) juga dapat dikatakan sebagai emosi dasar yang memiliki fungsi penting dalam mempertahankan kelangsungan hidup manusia. Ketakutan muncul sebagai respons terhadap ancaman, baik yang bersifat nyata maupun yang dipersepsikan, dan berkaitan erat dengan mekanisme *fight or flight*, yaitu respons melawan atau melarikan diri sebagai bentuk perlindungan diri.

4. Kemarahan (*Anger*)

Kemarahan bisa timbul akibat frustrasi, ketidakadilan, atau perlakuan yang dianggap tidak sesuai harapan. Kemarahan biasanya timbul akibat adanya frustrasi, perlakuan yang tidak adil, atau bahkan situasi yang tidak sesuai dengan harapan individu. Kemarahan dapat menjadi bentuk ekspresi atas ketidakpuasan, meskipun jika tidak dikelola dengan baik dapat berdampak negatif terhadap hubungan interpersonal.

5. Kejjikan (*Disgust*)

Rasa jijik adalah keadaan tidak setuju terhadap sesuatu yang tidak menyenangkan dan dapat muncul ketika seseorang merasa muak atau menolak sesuatu, baik secara fisik maupun moral. Kejjikan juga merupakan perasaan tidak suka atau penolakan terhadap sesuatu yang dianggap menjijikkan, baik secara fisik maupun moral. Rasa jijik ini berfungsi sebagai mekanisme perlindungan diri untuk menghindari hal-hal yang berpotensi membahayakan atau tidak sesuai dengan nilai yang dianut.

6. Keterkejutan (*Surprise*)

Keterkejutan merupakan mosi yang muncul akibat adanya peristiwa yang tidak terduga, yang dapat bersifat positif maupun negatif tergantung pada konteks yang menyertainya. Keterkejutan seringkali bersifat singkat, namun dapat menjadi awal dari munculnya emosi lain yang lebih kompleks.

2.1.2.4 Media Sosial

2.1.2.4.1 Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari media massa yang diartikan sebagai media online di mana para penggunanya dapat dengan mudah berinteraksi, berbagi informasi, saling memengaruhi, serta berpartisipasi dengan pengguna lainnya tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Kehadiran media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi masyarakat, dari yang sebelumnya bersifat satu arah menjadi lebih interaktif dan partisipatif. Melalui media sosial, setiap individu tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai produsen pesan yang dapat menyebarkan informasi secara luas kepada khalayak.

Media sosial menjadi salah satu sarana yang paling banyak digunakan oleh semua orang untuk mengakses informasi. Hal ini disebabkan karena kemudahan akses, kecepatan penyebaran informasi, serta sifatnya yang terbuka dan fleksibel. Pengguna dapat memperoleh berbagai jenis informasi, mulai dari berita, hiburan, dan edukasi, hanya dalam hitungan detik saja. Selain itu, media sosial juga memungkinkan terjadinya pertukaran informasi secara real-time, sehingga pengguna dapat selalu mengikuti perkembangan terbaru di berbagai bidang.

Media sosial juga dapat diartikan sebagai suatu teknologi digital yang memungkinkan semua orang untuk saling terhubung serta melakukan interaksi, produksi, dan berbagi pesan (Lewis, 2010). Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosial virtual yang mempertemukan individu dari berbagai latar belakang. Interaksi yang terjadi

di dalamnya dapat membentuk komunitas, memperluas jaringan sosial, serta menciptakan ruang diskusi yang dinamis.

Van Dijk dalam (Nasrullah, 2017) mengemukakan media sosial sebagai medium online yang dapat menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus memperkuat ikatan sosial. Definisi ini menegaskan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membangun dan memperluas relasi sosial di era digital. Melalui fitur-fitur seperti komentar, pesan pribadi, dan berbagi konten, pengguna dapat menjalin komunikasi yang lebih intens dan berkelanjutan, meskipun tidak bertatap muka secara langsung.

Media sosial juga memiliki tantangan tersendiri, seperti penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, potensi konflik antar pengguna, serta risiko ketergantungan. Oleh karena itu, penggunaan media sosial perlu disertai dengan sikap kritis dan bijak agar manfaat yang diperoleh dapat lebih optimal. Media sosial dapat dipahami sebagai media komunikasi digital yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang mampu membentuk pola komunikasi dan hubungan sosial dalam kehidupan modern.

2.1.2.4.2 Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut pandangan Kotler dan Keller yang dikutip dalam penelitian Purbohastuti (2017), media sosial dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama yang memiliki karakteristik dan fungsi yang berbeda namun saling melengkapi dalam ekosistem digital, yaitu sebagai berikut:

1. *Online Communities and Forums*

Platform digital yang dirancang secara khusus oleh organisasi atau perusahaan untuk memfasilitasi interaksi multi-arah antara berbagai pemangku kepentingan. Platform ini berfungsi sebagai ruang virtual dimana anggota, pelanggan, dan entitas bisnis dapat saling terhubung, berbagi informasi, melakukan diskusi, mengajukan pertanyaan, dan membangun jejaring sosial yang bermakna.

2. *Blogs*

Blogs hadir sebagai medium ekspresif dimana pengguna dapat menuangkan pemikiran, pengalaman, dan berbagai aspek kehidupan pribadi mereka dalam bentuk tulisan yang dapat diakses oleh pembaca global. Blog menjadi sarana dokumentasi digital yang personal sekaligus publik, menciptakan ruang berbagi yang lebih intim dan mendalam.

3. *Social Networks*

Social Networks berfungsi sebagai infrastruktur digital yang dapat memungkinkan pengguna untuk membangun serta memelihara hubungan interpersonal secara berkelanjutan. Melalui platform ini, individu tidak hanya dapat menjalin pertemanan secara virtual, tetapi juga melakukan berbagai bentuk interaksi aktif seperti bertukar pesan, berbagi konten, serta memberikan respons terhadap aktivitas pengguna lain. Selain itu, *social networks* juga berperan dalam membentuk komunitas yang didasarkan pada kesamaan minat, tujuan, maupun latar belakang tertentu. Dengan demikian, platform ini tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga ruang sosial digital yang

memperkuat konektivitas dan memperluas jaringan sosial antar individu di berbagai wilayah.

2.1.2.4.3 Fungsi Media Sosial

Menurut Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein (2010), media sosial memiliki beberapa fungsi utama yang berperan penting dalam kehidupan komunikasi modern, terutama dalam konteks interaksi digital yang semakin berkembang.

1. Interaksi sosial (*social interaction*), menyediakan ruang bagi komunikasi dua arah antarindividu atau kelompok yang di mana pengguna dapat dengan mudah mengakses serta menyebarkan informasi secara cepat dan luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Melalui berbagai fitur yang tersedia, seperti unggahan teks, gambar, maupun video, individu dapat menjadi sumber informasi sekaligus konsumen informasi, sehingga tercipta arus komunikasi yang dinamis dan terbuka. Fungsi ini menjadikan media sosial sebagai salah satu media yang sangat efektif dalam penyebaran informasi, baik yang bersifat pribadi maupun publik.
2. Kolaborasi (*collaboration*), memfasilitasi kerja sama atau kegiatan kolektif secara daring di mana media sosial memfasilitasi kerja sama antarindividu maupun kelompok dalam berbagai kegiatan secara daring. Melalui media sosial, pengguna dapat berbagi ide, berdiskusi, serta bekerja sama dalam menyelesaikan suatu tugas atau mencapai tujuan tertentu tanpa bertatap muka secara langsung. Kolaborasi ini dapat terjadi dalam berbagai bidang, seperti

pendidikan, pekerjaan, maupun kegiatan sosial, sehingga media sosial berperan dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja.

3. Identitas diri (*self-presentation*), hal ini memungkinkan pengguna menampilkan citra diri melalui profil, status, dan unggahan. Pengguna juga memiliki kebebasan untuk menampilkan citra diri mereka melalui profil, status, foto, maupun konten yang diunggah. Proses ini memungkinkan individu untuk membangun identitas digital sesuai dengan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain. Namun, fungsi ini juga dapat menimbulkan tantangan, seperti adanya kecenderungan untuk menampilkan citra yang tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi sebenarnya.

2.1.2.5 Line

2.1.2.5.1 Definisi Line

Line merupakan salah satu aplikasi media sosial dan layanan komunikasi instan berbasis internet (*instant messaging application*) yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi sosial antar pengguna melalui berbagai fitur seperti pesan teks, panggilan suara, panggilan video, berbagi foto, video, dokumen, serta ekspresi emosi melalui stiker dan emoji. Aplikasi ini dikembangkan oleh *line corporation* yang merupakan anak perusahaan dari *NAVER corporation* (Korea Selatan) yang dikembangkan pertama kali pada bulan Juni 2011 di Jepang sebagai solusi komunikasi pasca bencana gempa besar Tohoku yang merusak sistem komunikasi konvensional di negara tersebut.

Line merupakan aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk melakukan panggilan suara, video, serta mengirim pesan secara gratis kapan pun dan di mana

pun selama terhubung dengan jaringan internet. Selain fungsi komunikasi dasar, line juga menyediakan berbagai fitur tambahan seperti *people nearby*, *timeline*, *line today*, *line games*, *line webtoon*, dan *line pay*, yang menjadikan line tidak hanya sebagai aplikasi pesan saja, namun juga sebagai platform sosial multifungsi.

2.1.2.5.2 Fitur *People Nearby*

People Nearby merupakan salah satu fitur dalam aplikasi line *messenger* yang memungkinkan pengguna untuk menemukan dan berinteraksi dengan pengguna line lain di sekitar lokasi geografisnya. Fitur ini hanya memanfaatkan teknologi GPS (*global positioning system*) untuk mendeteksi jarak antara satu pengguna dengan pengguna lainnya dalam radius tertentu, sehingga pengguna dapat menjalin komunikasi atau pertemanan baru secara cepat dan mudah.

People Nearby dapat dianggap juga sebagai bentuk “*hyperlocal communication*”, atau bisa disebut sebagai komunikasi yang terjadi antara individu di wilayah geografis yang sama dengan bantuan teknologi digital. Konsep ini menunjukkan bahwa bagaimana media sosial seperti line mampu memadukan unsur komunikasi daring (*online communication*) dan keterhubungan spasial (*spatial proximity*).

Line *nearby* dapat diartikan sebagai fitur dalam aplikasi line yang memanfaatkan teknologi lokasi untuk mempertemukan pengguna berdasarkan jarak geografis, dengan tujuan memperluas jaringan pertemanan dan memfasilitasi komunikasi interpersonal secara digital maupun tatap muka langsung. Fitur ini menjadi representasi dari integrasi antara komunikasi digital dan interaksi sosial

berbasis lokasi, yang menunjukkan bagaimana teknologi berperan dalam pembentukan hubungan sosial baru di era modern.

2.1.3 Kerangka Teoritis

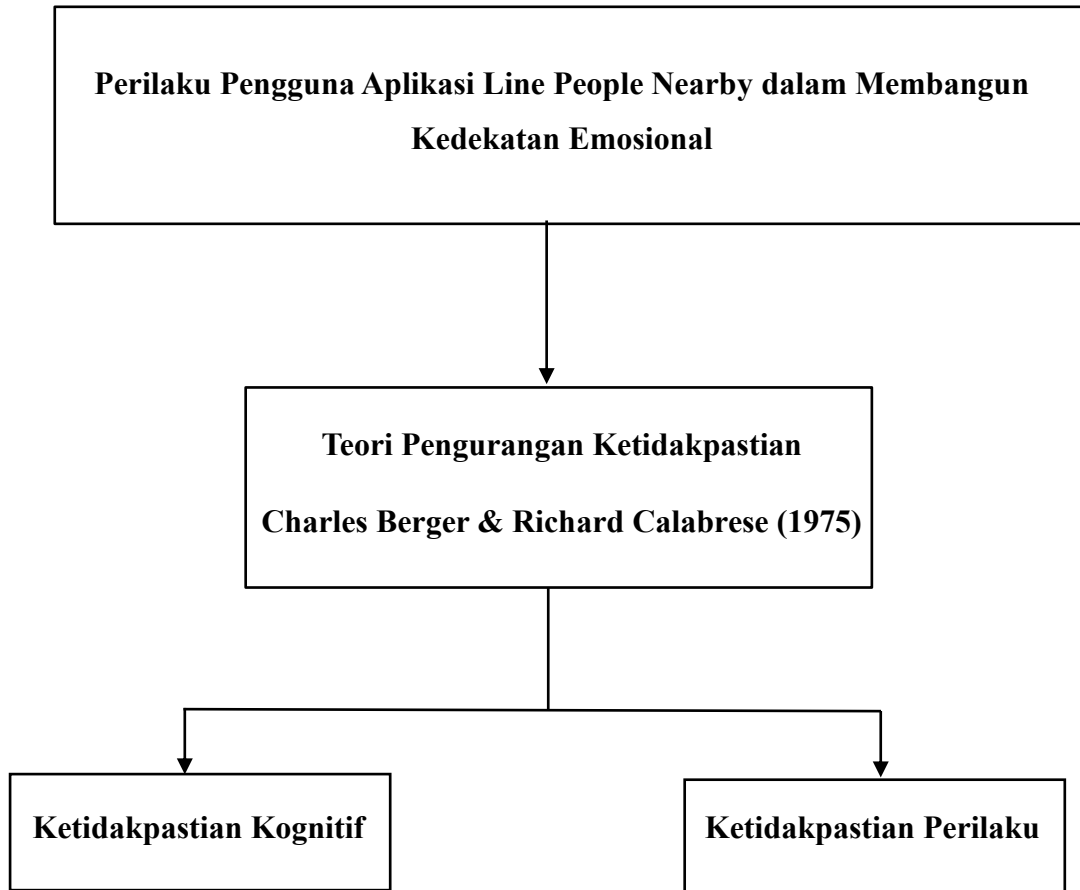
Teori Pengurangan Ketidakpastian atau *Uncertainty Reduction Theory (URT)* pertama kali dikemukakan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese pada tahun 1975. Teori ini muncul sebagai salah satu teori dasar dalam kajian komunikasi interpersonal yang menjelaskan bagaimana seseorang berusaha mengurangi rasa ketidakpastian ketika berinteraksi dengan orang yang baru dikenal. Setiap manusia mempunyai kebutuhan untuk memahami lingkungan sosialnya serta berusaha menghindari situasi yang tidak pasti. Berger dan Calabrese menjelaskan bahwa dalam hal seperti itu, seseorang akan termotivasi untuk mencari informasi sebanyak mungkin untuk mengurangi rasa tidak pasti. Dengan demikian, komunikasi dapat berfungsi sebagai alat utama untuk memahami orang lain dan memprediksi perilakunya.

Berger dan Calabrese (1975) berpendapat bahwa Pengurangan Ketidakpastian merupakan suatu proses bagaimana individu menggunakan komunikasi untuk mencari informasi dan mengurangi rasa tidak pasti terhadap orang lain pada tahap awal, dengan tujuan untuk menciptakan pemahaman bersama dan membangun dasar kepercayaan dalam interaksi sosial. Proses ini terdiri dari beberapa dimensi utama seperti ketidakpastian kognitif (*cognitive uncertainty*) dan ketidakpastian perilaku (*behavioral uncertainty*), kedua dimensi ini saling berkaitan. Ketika individu mendapatkan informasi baru yang menjelaskan kepribadian dan pola pikir lawan bicara (ketidakpastian kognitif), maka seseorang

tersebut lebih mudah memprediksi dan menyesuaikan perilakunya (mengurangi ketidakpastian perilaku).

Secara keseluruhan, teori pengurangan ketidakpastian (*uncertainty reduction theory*) menjelaskan bahwa individu menggunakan komunikasi untuk memperoleh suatu informasi, memprediksi perilaku, serta memahami orang lain pada tahap awal hubungan. Melalui proses pertukaran pesan, seseorang berupaya mengurangi ketidakpastian kognitif dan perilaku, sehingga munculnya rasa percaya dan kedekatan emosional.

2.2 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran

(Sumber: Buku Pengantar Teori Komunikasi)